

**MÓDULO PROFESIONAL:**  
**COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE**  
**Código 0651**

**Docentes:**

**ISABEL MARÍA PÉREZ DÍAZ**

**Familia: Administración y Gestión**

**Ciclo: Asistencia a la Dirección**

**Curso: 2022/2023**



## Índice

1	IMPORTANCIA E INTRODUCCIÓN DEL MÓDULO.....	3
2	COMPETENCIAS Y OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL MÓDULO.....	3
2.1	OBJETIVOS GENERALES DEL MÓDULO .....	3
2.2	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES .....	4
2.3	CORRESPONDENCIA DE LOS MÓDULOS PROFESIONALES CON LAS UNIDADES DE COMPETENCIA PARA SU ACREDITACIÓN.....	4
3	RESULTADOS DE APRENDIZAJE, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS.....	5
4	TEMPORALIZACIÓN DE CONTENIDOS Y DISTRIBUCIÓN HORARIA .....	12
5	METODOLOGÍA .....	13
6	EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN .....	14
7	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN .....	22
8	MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS .....	24
9	TRANSVERSALIDAD.....	25
-	Estrategias para la mejora de la lectura y de la expresión escrita.....	26
10	ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES .....	26

# 1 IMPORTANCIA E INTRODUCCIÓN DEL MÓDULO

Este módulo es muy importante puesto que está relacionado con el ámbito de la comunicación y trata de que el alumnado aprenda a interactuar con el resto de miembros de la empresa. La comunicación va estrechamente vinculada a la actitud que este manifieste en el desempeño de su puesto de trabajo, siendo dicha actitud uno de los aspectos más valorados por las empresas hoy en día, tanto a la hora de, primero seleccionar, y luego promocionar a los empleados. La comunicación mejora la competitividad y la productividad de la empresa por lo que los estudiantes deben dominar todos los ámbitos de la misma. Trabajar estos aspectos y que el alumnado tome conciencia de lo importante que es la comunicación dentro de su carrera profesional, será nuestra labor como docentes. Por ello en el proceso de enseñanza-aprendizaje se trabajarán aspectos como;

- El desarrollo de tareas relacionadas con la comunicación interna y externa y los flujos de información interdepartamentales.
- El desarrollo de habilidades sociales con empleados y clientes en la comunicación oral y escrita.
- Los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de la información dentro de la empresa.
- Los procedimientos de gestión de quejas y el servicio posventa.

Así pues, las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje versarán sobre:

- El análisis y aplicación de técnicas de comunicación oral y escrita.
- El conocimiento y manejo de los principios que rigen las habilidades sociales en la empresa.
- Las técnicas de confección y registro de la información y la documentación de la empresa, utilizando las aplicaciones informáticas más avanzadas.
- El análisis de los principios y tendencias en la atención de quejas y el desarrollo del servicio posventa en las organizaciones.
- El conocimiento y valoración de la responsabilidad social corporativa de las organizaciones y su incidencia en la imagen de las mismas.

## 2 COMPETENCIAS Y OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL MÓDULO

Según se establece en la orden que regula el módulo, los objetivos específicos, competencias personales, profesionales y sociales son los que se detallan a continuación.

### 2.1 OBJETIVOS GENERALES DEL MÓDULO

- a) Identificar datos y parámetros, relacionándolos con los diferentes sistemas de comunicación y archivo para administrar estos sistemas.
- j) Analizar los puntos críticos y las fases de la atención al cliente/usuario, identificando las necesidades técnicas y actitudinales de cada una de ellas para desarrollarla y planificarla.
- k) Identificar los circuitos de comunicación de la empresa, relacionando los documentos que en cada instancia o departamento se producen para tramitarlos.
- l) Caracterizar las exigencias formales y técnicas de la comunicación empresarial, poniéndolas en conexión con diferentes contextos para elaborar documentos.
- n) Identificar técnicas y procedimientos, relacionándolas con los diferentes tipos de documentos y con las necesidades de las empresas, para clasificar, registrar y archivar comunicaciones.

- r) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.

## 2.2 COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES:

- a) Administrar sistemas de información y archivo, en soporte convencional e informático, en condiciones de seguridad y estableciendo medidas de control.
- j) Desarrollar y verificar la atención al cliente/usuario en el ámbito administrativo, asegurando los niveles de calidad establecidos y ajustándose a criterios éticos y de imagen de la empresa/institución.
- k) Tramitar documentos y comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.
- l) Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas, información obtenida y/o necesidades detectadas.
- n) Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa.
- q) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados y respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

## 2.3 CORRESPONDENCIA DE LOS MODULOS PROFESIONALES CON LAS UNIDADES DE COMPETENCIA PARA SU ACREDITACIÓN

0651. Comunicación y atención al cliente.	UC0982_3: Administrar y gestionar con autonomía las comunicaciones de la dirección.
---	---

### 3 RESULTADOS DE APRENDIZAJE, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS.

Según se establece en la orden de que regula el módulo los resultados de aprendizaje, los criterios de evaluación y los contenidos son los que se detallan a continuación:

<b>R.A.1 Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.</b>	
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>CONTENIDOS</b>
a) Se han identificado los tipos de instituciones empresariales, describiendo sus características jurídicas, funcionales y organizativas. b) Se han relacionado las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control. c) Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad. d) Se han relacionado los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan. e) Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama. f) Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales. g) Se ha valorado la influencia de la comunicación informal y las cadenas de rumores en las organizaciones, y su repercusión en las actuaciones del servicio de información prestado. h) Se ha relacionado el proceso de demanda de información de acuerdo con el tipo de cliente, interno y externo, que puede intervenir en la misma. i) Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales. j) Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización.	Técnicas de comunicación institucional y promocional: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Las organizaciones empresariales. Concepto. Características y tipología de las organizaciones.</li> <li>- Las funciones en la organización. Dirección, planificación, organización y control.</li> <li>- Dirección en la empresa. Estilos de mando.</li> <li>- Los departamentos. Áreas funcionales.</li> <li>- Organigramas. Concepto y clasificación.</li> <li>- Las relaciones humanas y laborales en la empresa. Comunicación e información y comportamiento.               <ul style="list-style-type: none"> <li>o La comunicación interna en la empresa. Comunicación formal e informal.</li> <li>o La comunicación externa en la empresa.</li> <li>o Procesos y sistemas de información en las organizaciones.</li> <li>o Tratamiento de la información. Flujos interdepartamentales.</li> </ul> </li> <li>- Calidad del servicio y atención de demandas.</li> <li>- La imagen corporativa e institucional en los procesos de información y comunicación en las organizaciones.</li> </ul>

<b>R.A 2 Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.</b>	
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>CONTENIDOS</b>
<p>a) Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.</p> <p>b) Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación oral presencial y telefónica.</p> <p>c) Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.</p> <p>d) Se han identificado los elementos necesarios para realizar y recibir una llamada telefónica efectiva en sus distintas fases: preparación, presentación- identificación y realización de la misma.</p> <p>e) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales y se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa.</p> <p>f) Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctivas necesarias.</p> <p>g) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.</p> <p>h) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.</p> <p>i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.</p> <p>j) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias</p>	<p>Las comunicaciones orales presenciales y no presenciales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elementos y etapas de un proceso de comunicación oral.</li> <li>- Principios básicos en las comunicaciones orales.</li> <li>- Técnicas y formas de comunicación oral.</li> <li>- Habilidades sociales y protocolo en la comunicación oral.</li> <li>- Formas de comunicación oral.</li> <li>- Barreras de la comunicación verbal y no verbal.</li> <li>- Adecuación del mensaje al tipo de comunicación y al interlocutor.</li> <li>- Utilización de técnicas de imagen personal.</li> <li>- Comunicaciones en la recepción de visitas.</li> <li>- Realización de entrevistas. Fases.</li> <li>- Realización de presentaciones.</li> <li>- La comunicación telefónica. La centralita y uso del listín telefónico.</li> <li>- Componentes de la atención telefónica. Expresiones adecuadas.</li> <li>- Preparación y realización de llamadas.</li> <li>- Identificación de los interlocutores.</li> <li>- La cortesía en las comunicaciones telefónicas.</li> <li>- Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones telemáticas.</li> <li>- Tratamiento de distintas categorías de llamadas.</li> <li>- La videoconferencia.</li> </ul>

**R.A. 3 Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.**

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
<p>Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos.</p> <p>b) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.</p> <p>c) Se ha identificado al destinatario, observando las debidas normas de protocolo.</p> <p>d) Se han diferenciado las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional.</p> <p>e) Se ha redactado el documento apropiado, utilizando una estructura, terminología y forma adecuadas, en función de su finalidad y de la situación de partida.</p> <p>f) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección.</p> <p>g) Se han publicado documentos con herramientas de la web 2.0.</p> <p>h) Se ha adecuado la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo.</p> <p>i) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos, establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas.</p> <p>j) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar).</p> <p>k) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones</p>	<p>Elaboración de documentos profesionales escritos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La comunicación escrita en la empresa. Normas.</li> <li>- Estilos de redacción. Estructuras y estilos de redacción en la documentación profesional. Técnicas de comunicación escrita.</li> <li>- Siglas y abreviaturas.</li> <li>- Elementos utilizados en la documentación profesional. El sobre. El papel.</li> <li>- Redacción de documentos profesionales, utilizando tratamientos de textos.</li> <li>- Herramientas para la corrección de textos.</li> <li>- Comunicación en las redes (Intra/Internet, blogs, redes sociales, chats y mensajería instantánea, entre otros). La “netiqueta”. Publicación de documentos con herramientas de la web 2.0</li> <li>- Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en los escritos.</li> </ul>

**R.A. 4 Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.**

<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>CONTENIDOS</b>
<p>a) Se han identificado los medios, procedimientos y criterios más adecuados en la recepción, registro, distribución y transmisión de comunicación escrita a través de los medios telemáticos.</p> <p>b) Se han determinado las ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita.</p> <p>c) Se ha seleccionado el medio de transmisión más adecuado en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad.</p> <p>d) Se han identificado los soportes de archivo y registro más utilizados en función de las características de la información que se va a almacenar.</p> <p>e) Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de correspondencia convencional.</p> <p>f) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documentos.</p> <p>g) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación.</p> <p>h) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información según la normativa vigente y se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).</p> <p>i) Se han registrado los correos electrónicos recibidos o emitidos de forma organizada y rigurosa, según técnicas de gestión eficaz.</p> <p>j) Se ha realizado la gestión y mantenimiento de libretas de direcciones.</p> <p>k) Se ha valorado la importancia de la firma digital en la correspondencia electrónica</p>	<p>Determinación de los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de la información:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La recepción, envío y registro de la correspondencia.</li> <li>- Servicios de correos y agencias o compañías de mensajería, circulación interna de correspondencia y paquetería.</li> <li>- Procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.</li> <li>- El proceso de archivo. Técnicas de archivo. Naturaleza. Finalidad del archivo. Sistemas de archivo.</li> <li>- Archivo de documentos. Clasificación y ordenación de documentos. Normas.</li> <li>- Clasificación de la información.</li> <li>- Centralización o descentralización del archivo.</li> <li>- Custodia y protección del archivo.</li> <li>- Las bases de datos para el tratamiento de la información.</li> <li>- El correo electrónico. Partes de un mensaje.</li> </ul> <p>Redacción</p>

<b>R.A. 5 Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.</b>	
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>CONTENIDOS</b>
<p>a) Se han aplicado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente/usuario en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.</p> <p>b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.</p> <p>c) Se ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones.</p> <p>d) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario.</p> <p>e) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.</p> <p>f) Se ha aplicado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.</p> <p>g) Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario</p>	<p>Técnicas de comunicación relacionadas con la atención al cliente/usuario:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El cliente. Concepto y tipos. Motivación de compra.</li> <li>- La atención al cliente en la empresa/organización.</li> <li>- Canales de comunicación con el cliente.</li> <li>- El departamento de atención al cliente/consumidor en la empresa. Funciones y organización.</li> <li>- Documentación implicada en la atención al cliente.</li> <li>- Sistemas de información y bases de datos.</li> <li>- Herramientas.</li> <li>- Relaciones públicas.</li> <li>- Procedimientos de obtención y recogida de información.</li> <li>- Técnicas de atención al cliente. Dificultades y barreras en la comunicación con clientes/usuarios.</li> </ul>

<b>R.A. 6 Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente</b>	
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>CONTENIDOS</b>
<p>a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.</p> <p>b) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.</p> <p>c) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.</p> <p>d) Se han relacionado los elementos de la queja/reclamación con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.</p> <p>e) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.</p> <p>f) Se ha gestionado la información que hay que suministrar al cliente.</p> <p>g) Se han determinado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.</p> <p>h) Se han redactado escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.</p> <p>i) Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor.</p> <p>j) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo</p>	<p>Gestión de consultas, quejas y reclamaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La protección del consumidor y/o usuario.</li> <li>- El rol del consumidor y/o usuario.</li> <li>- Derechos y deberes de los consumidores y/o usuarios.</li> <li>- La defensa del consumidor.</li> <li>- Instituciones y organismos de protección al consumidor.</li> <li>- Reclamaciones y denuncias.</li> <li>- Mediación y arbitraje: concepto y características.</li> <li>- Situaciones en las que se origina una mediación o arbitraje.</li> </ul>

<b>R.A. 7 Organiza el servicio posventa, relacionándolo con la fidelización del cliente</b>	
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>CONTENIDOS</b>
<p>a) Se ha valorado la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales.</p> <p>b) Se han identificado los elementos que intervienen en la atención posventa.</p> <p>c) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa.</p> <p>d) Se han aplicado los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio posventa y los elementos que intervienen en la fidelización del cliente.</p> <p>e) Se han distinguido los momentos o fases que estructuran el proceso de posventa.</p> <p>f) Se han utilizado las herramientas de gestión de un servicio posventa.</p> <p>g) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.</p> <p>h) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.</p> <p>i) Se han detectado y solventado los errores producidos en la prestación del servicio.</p> <p>j) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.</p>	<p>Organización del servicio posventa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El valor de un producto o servicio para el cliente.</li> <li>- Actividades posteriores a la venta.</li> <li>- El proceso posventa y su relación con otros procesos.</li> <li>- Tipos de servicio posventa.</li> <li>- La gestión y estándares de la calidad en el proceso del servicio posventa. CRM</li> <li>- Fases para la gestión de la calidad en el servicio posventa.</li> <li>- Técnicas y herramientas para la gestión de la calidad. Cualitativas y cuantitativas.</li> <li>- Fidelización del cliente.</li> </ul>

**4 TEMPORALIZACIÓN DE CONTENIDOS Y DISTRIBUCIÓN HORARIA**

Unidades	Horas	EVAL	PESO	Ras y CEs	Formación dual (I-E-C)
UD1 La organización en la empresa. Proceso de información y comunicación	10	1	<b>6%</b>	RA1	INICIAL
UD2 La comunicación presencial en la empresa	15	1	<b>10%</b>	RA 2 a,b,c,d,f,g,h, i,j	INICIAL
UD3 Comunicación telefónica y telemática. Las redes sociales	15	1	<b>10%</b>	RA 2 b,c,d,e,g,h,j	INICIAL
UD4 Documentos escritos al servicio de la comunicación empresarial	20	1 y 2	<b>12%</b>	RA 3	INICIAL
UD5 Tratamiento y envío de información empresarial	25	2	<b>15%</b>	RA 4	INICIAL- CENTRO EMPRESA
UD6 Comunicación y atención comercial	25	2	<b>15%</b>	RA 5	CENTRO EMPRESA
UD7 Gestión de conflictos y reclamaciones	30	3	<b>20%</b>	RA 6	CENTRO EMPRESA
UD8 Servicio postventa y fidelización de clientes	20	3	<b>12%</b>	RA 7	CENTRO EMPRESA
<b>Total Horas</b>	<b>160</b>		<b>100%</b>		

**5 METODOLOGÍA**

La metodología didáctica en las enseñanzas de Formación Profesional tiene un carácter globalizador e integrador.

El profesorado adaptará las condiciones de su entorno de aprendizaje a las necesidades del alumnado, favoreciendo la adquisición progresiva de competencias, para facilitar su transición hacia la vida activa. Se estimularán los procesos de construcción de aprendizaje significativo, se favorecerá el descubrimiento, la investigación, el **espíritu emprendedor** y la iniciativa personal; todo ello basado en estrategias de resolución de problemas y en «aprender haciendo».

## Comunicación y Atención al Cliente

Las tecnologías de la información y de la comunicación y su interrelación con los resultados de aprendizaje del currículo se podrá utilizar de manera habitual como herramienta para adquisición de competencias. El uso de las tecnologías de la información y la comunicación se ha incluido un resultado de aprendizaje dedicado exclusivamente a esta temática, aunque el objetivo no sea trabajarlo de forma diferenciada del resto de contenidos, sino incluirlo en todas las unidades didácticas que se desarrollen a través de sus tres aplicaciones metodológicas más relevantes: como fuente de información, como herramienta de comunicación y trabajo y como medio de presentación de resultados.

Igualmente utilizaremos flexibilidad de espacios y tiempos y el uso de materiales variados en función de las características del alumnado.

La metodología que se propone es la siguiente:

- a) Presentación del módulo, explicando sus características, los contenidos, las capacidades terminales que deben adquirir los alumnos y criterios de evaluación que se van a aplicar.
- b) Al inicio de cada Unidad didáctica, se hará una introducción a la misma, que muestre los conocimientos y aptitudes previos, comentando entre todos los resultados, para detectar las ideas preconcebidas y de despertar un interés hacia el tema.
- c) Posteriormente se pasará a explicar los contenidos, intercalando actividades como pueden ser comentarios de textos, resoluciones de casos prácticos, realización de esquemas, aplicando también metodología de clase invertida con vídeos que faciliten el seguimiento de la parte conceptual en casa.
- d) Al finalizar cada Unidad didáctica, se debe proponer al alumnado la resolución de actividades de síntesis.
- e) A lo largo de todo el curso se realizarán trabajos de carácter práctico. Igualmente se realizarán salidas a actividades complementarias, así como la realización de trabajos, siendo estas actividades de carácter obligatorio para todos los alumnos, calificándose negativamente la no participación en las mismas.

## 6 EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

Dentro del marco legal de la ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía, la evaluación será en referencia a los resultados de aprendizaje. Se evaluará cada uno de los siguientes resultados de aprendizaje, con un peso determinado en las siguientes tablas, mediante los instrumentos señalados en las siguientes tablas:

<b>R.A.1 Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.</b>			
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>Estándar evaluable</b>	<b>Evidencia/ instrumentos</b>	<b>Peso 6%</b>
<p>a) Se han identificado los tipos de instituciones empresariales, describiendo, sus características jurídicas, funcionales y organizativas.</p> <p>b) Se han relacionado las funciones tipode la organización: dirección, planificación, organización ejecución y control.,</p> <p>c) Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad.</p> <p>d) Se han relacionado los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan.</p> <p>e) Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama.</p> <p>f) Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales.</p> <p>g) Se ha valorado la influencia de la comunicación informal y las cadenas de rumores en las organizaciones, y su repercusión en las actuaciones de servicio de información prestado.</p> <p>h) Se ha relacionado el proceso de demanda de información de acuerdo con el tipo de cliente, interno y externo, que puede intervenir en la misma.</p> <p>i) Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales.</p> <p>j) Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización.</p>	<p>a) Describe las características de las formas jurídicas, funcionales y organizativas de las empresas.</p> <p>b) Relaciona las funciones de organización, planificación, dirección y control en la empresa.</p> <p>c) Sabe identificar la organización empresarial para prestar un servicio adecuado.</p> <p>d) Distingue diversos estilos de mando en la empresa.</p> <p>e) Define canales de comunicación a partir del organigrama de la empresa.</p> <p>f) Diferenciar las comunicaciones formales de las informales.</p> <p>g) Aprecia la importancia de las comunicaciones informales en la prestación del servicio.</p> <p>h) Sabe relacionar el proceso de información según el tipo de cliente interno o externo</p> <p>i) Entiende lo importante que es la imagen corporativa en las comunicaciones formales.</p> <p>j) Identifica aspectos más relevantes para la transmisión de la imagen corporativa.</p>	<p>Actividades</p> <p>Pruebas objetivas.</p>	<p>60%</p> <p>40%</p>

## Comunicación y Atención al Cliente

<b>R.A 2 Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.</b>			
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	Estándar evaluable	Evidencia	Peso <b>20%</b>
a) Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.	a) Identifica elementos y etapas del proceso de comunicación.	Actividades	60%
b) Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación oral presencial y telefónica.	b) Sabe aplicar técnicas de comunicación oral presencial y telefónica.		
c) Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.	c) Aplica el protocolo de comunicación verbal y no verbal.	Pruebas objetivas	40%
d) Se han identificado los elementos necesarios para realizar y recibir una llamada telefónica efectiva en sus distintas fases: preparación, presentación- identificación y realización de la misma.	d) Sabe identificar los elementos precisos para realizar y recibir llamadas telefónicas.		
e) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales y se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa.	e) Tiene en cuenta las costumbres de la empresa y las normas sociales para transmitir la imagen empresarial.		
f) Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctivas necesarias.	f) Detecta barreras de comunicación y las acciones correctivas a emplear.		
g) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.	g) Sabe utilizar el vocabulario y expresiones adecuadas al tipo de comunicación y al destinatario.		
h) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.	h) Es capaz de aplicar la comunicación no verbal al emitir mensajes.		
i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.	i) Tiene claridad, precisión, cortesía, respeto a la hora de transmitir la información de forma estructurada.		
j) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias	j) Detecta errores		

<b>R.A. 3 Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.</b>			
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>Estándar evaluable</b>	<b>Evidencia</b>	<b>Peso 12%</b>
<p>a) Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos.</p> <p>b) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.</p> <p>c) Se ha identificado al destinatario, observando las debidas normas de protocolo.</p> <p>d) Se han diferenciado las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional.</p> <p>e) Se ha redactado el documento apropiado, utilizando una estructura, terminología y forma adecuadas, en función de su finalidad y de la situación de partida.</p> <p>f) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento detextos y autoedición, así como sus herramientas de corrección.</p> <p>g) Se han publicado documentos con herramientas de la web 2.0.</p> <p>h) Se ha adecuado la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo.</p> <p>i) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos, establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas.</p> <p>j) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar).</p> <p>k) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones</p>	<p>a) Utiliza correctamente los canales y los soportes adecuados para enviar documentos.</p> <p>b) Utiliza el soporte apropiado para garantizar la rapidez, seguridad y uso confidencias de la información escrita.</p> <p>c) Usa las normas de protocolo para identificar el destinatario de los escritos.</p> <p>d) Sabe diferenciar estilos y estructuras específicos de la redacción de documentos profesionales en la empresa.</p> <p>e) Sabe redactar cada documento según su finalidad y situación.</p> <p>f) Usa el procesador de textos y el corrector ortográfico en la realización de los escritos.</p> <p>g) Sabe publicar documentos a través de las TIC.</p> <p>h) Realiza los documentos escritos según las normas propias de la empresa.</p> <p>i) Cumple con la normativa vigente sobre LOPD y conservación de documentos.</p> <p>j) Cumple con la ley de las 3R al elaborar los escritos.</p> <p>k) Tiene en cuenta las técnicas necesarias para transmitir la imagen empresarial a través de los escritos enviados.</p>	<p>Actividades</p> <p>Pruebas objetivas.</p>	<p>60%</p> <p>40%</p>

<b>R.A. 4 Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.</b>			
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>Estándar evaluable</b>	<b>Evidencia Peso</b>	<b>Peso 15%</b>
<p>a) Se han identificado los medios, procedimientos y criterios más adecuados en la recepción, registro, distribución y transmisión de comunicación escrita a través de los medios telemáticos.</p> <p>b) Se han determinado las ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita.</p> <p>c) Se ha seleccionado el medio de transmisión más adecuado en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad.</p> <p>d) Se han identificado los soportes de archivo y registro más utilizados en función de las características de la información que se va a almacenar.</p> <p>e) Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de correspondencia convencional.</p> <p>f) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documentos.</p> <p>g) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación.</p> <p>h) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información según la normativa vigente y se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).</p> <p>i) Se han registrado los correos electrónicos recibidos o emitidos de forma organizada y rigurosa, según técnicas de gestión eficaz.</p> <p>j) Se ha realizado la gestión y mantenimiento de libretas de direcciones.</p> <p>k) Se ha valorado la importancia de la firma digital en la correspondencia electrónica</p>	<p>a) Identifica medios, procedimientos y criterios para enviar escritos de forma telemática.</p> <p>b) Conoce los pros y contras del uso de medios distintos en el envío de los escritos.</p> <p>c) Elige el medio correcto según rapidez, coste y seguridad.</p> <p>d) Conoce los medios de archivo y registro a usar para guardar la información.</p> <p>e) –Analiza y conoce las técnicas para el archivo de los documentos en papel.</p> <p>f) Usa el sistema de clasificación y archivo adecuado a cada tipo de documento.</p> <p>g) Sabe consultar y conservar la información y los documentos.</p> <p>h) Cumple con la protección, seguridad y acceso a la información respetando la normativa.</p> <p>i) Utiliza el correo electrónico de forma profesional y segura.</p> <p>j) Hace uso correcto de la libreta de direcciones.</p> <p>k) Comprende la importancia y necesidad del uso de firma digital para la documentación electrónica.</p>	<p>Actividades</p> <p>Pruebas objetivas.</p>	<p>60%</p> <p>40%</p>

**R.A. 5 Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.**

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Estándar evaluable	Evidencia	Peso <b>15%</b>
<p>a) Se han aplicado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente/usuario en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.</p> <p>b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.</p> <p>c) Se ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones.</p> <p>d) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario.</p> <p>e) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.</p> <p>f) Se ha aplicado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.</p> <p>g) Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario</p>	<p>a) Sabe aplicar habilidades y técnicas para actuar con empatía al atender.</p> <p>b) Conoce las fases del proceso de atención en cada canal que utiliza.</p> <p>c) Actúa adecuándose a cada caso y situación.</p> <p>d) Analiza las motivaciones de compra de los clientes.</p> <p>e) Sabe acceder a los datos históricos de cada cliente.</p> <p>f) Aplica correctamente la forma y tiene actitud adecuada según el canal usado.</p> <p>g) Es capaz de analizar y corregir errores comunes en la comunicación con clientes.</p>	<p>Actividades</p> <p>Pruebas objetivas.</p>	<p>60%</p> <p>40%</p>

Comunicación y Atención al Cliente

<b>R.A. 6 Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente</b>			
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>Estándar evaluable</b>	<b>Evidencia Peso</b>	<b>Peso 20%</b>
<p>a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.</p> <p>b) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.</p> <p>c) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.</p> <p>d) Se han relacionado los elementos de la queja/reclamación con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.</p> <p>e) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.</p> <p>f) Se ha gestionado la información que hay que suministrar al cliente.</p> <p>g) Se han determinado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.</p> <p>h) Se han redactado escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.</p> <p>i) Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor.</p> <p>j) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo</p>	<p>a) Conoce las funciones del departamento de atención al cliente.</p> <p>b) Mantiene una actitud de anticipación ante situaciones potencialmente conflictivas.</p> <p>c) Es capaz de captar el mensaje que el cliente quiere decir.</p> <p>d) Relaciona las incidencias de clientes con el protocolo de resolución que tiene la empresa.</p> <p>e) Distingue cada demandasegún del tipo que sea.</p> <p>f) Sabe gestionar la información que debe dar al cliente.</p> <p>g) Utiliza la documentación propia de consulta, quejas y reclamaciones de clientes.</p> <p>h) Usa medios electrónicos en la elaboración de escritos de respuesta.</p> <p>i) Es consciente de los derechos del consumidor.</p> <p>j) Conoce y aplica la legislación vigente en materia de consumo.</p>	<p>Actividades</p> <p>Pruebas objetivas.</p>	<p>60%</p> <p>40%</p>

<b>R.A. 7 Organiza el servicio posventa, relacionándolo con la fidelización del cliente</b>			
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>Estándar evaluable</b>	<b>Evidencia</b>	<b>Peso 12%</b>
<p>a) Se ha valorado la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales.</p> <p>b) Se han identificado los elementos que intervienen en la atención posventa.</p> <p>c) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa.</p> <p>d) Se han aplicado los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio posventa y los elementos que intervienen en la fidelización del cliente.</p> <p>e) Se han distinguido los momentos o fases que estructuran el proceso de posventa.</p> <p>f) Se han utilizado las herramientas de gestión de un servicio posventa.</p> <p>g) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.</p> <p>h) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.</p> <p>i) Se han detectado y solventado los errores producidos en la prestación del servicio.</p> <p>j) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.</p>	<p>a) Conoce la importancia del servicio postventa.</p> <p>b) Identifica los elementos que intervienen en el servicio postventa.</p> <p>c) Saber las situaciones que requieren seguimiento o servicio postventa.</p> <p>d) Aplica métodos de control de calidad del servicio postventa y también en la fidelización de clientes.</p> <p>e) Distingue las fases de la postventa.</p> <p>f) Es capaz de usar herramientas necesarias en el servicio postventa.</p> <p>g) Describe las fases del proceso de relación con el cliente.</p> <p>h) Puede describir los estándares de calidad que se aplican en la prestación del servicio.</p> <p>i) Detecta y corrige errores en la prestación del servicio postventa.</p> <p>j) Se tratan adecuadamente las anomalías producidas.</p>	<p>Actividades</p> <p>Pruebas objetivas.</p>	<p>60%</p> <p>40%</p>

## Comunicación y Atención al Cliente

Se comenzará el curso con una evaluación inicial del alumnado que consistirá en una prueba inicial con distintas preguntas, que pueda reflejar sus conocimientos teóricos de la materia o de cuestiones generales relacionadas con la administración y finanzas.

Esta prueba no tendrá validez a efectos de calificación, pero será útil para fijar el nivel inicial de conocimientos del grupo. Es importante realizarla para comprobar los conocimientos previos del alumnado, que en general en este primer año del ciclo, proceden de distintas etapas educativas, algunos de ellos hace años que no estudian y otros ya han realizado el ciclo medio de gestión administrativa.

Tras las conclusiones de la evaluación inicial, se estudiarán aquellos casos de alumnos que muestren mayores dificultades de aprendizaje con el fin de prestarles mayor atención a la hora de las explicaciones de los contenidos y de las instrucciones de las actividades. Se intentará que algún compañero ayude en esta labor no solo para que supere los contenidos y ejercicios sino para que su autoestima se vea reforzada y se integre en el grupo como uno más.

El alumno será informado de la forma de ser evaluado, que será de forma continua y del siguiente modo:

- En cada evaluación se realizarán exámenes teóricos y prácticos, la puntuación de cada una de las pruebas se realizará sobre diez, y el peso específico de las mismas es el descrito en las tablas anteriores. Para aprobar el alumnado deberá tener una calificación positiva en todas las pruebas.
- Los alumnos que no hayan realizado el trabajo de clase recuperarán los RA mediante la realización de un examen teórico-práctico de estos.
- Para considerar aprobada una evaluación se ha de alcanzar una nota mínima de 5.

## 7 CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Según la Orden de 29 de septiembre de 2010, la evaluación de los aprendizajes del alumnado será continua. Esto requiere su asistencia a clase y su participación en las actividades programadas.

En la **evaluación continua** de los alumnos/as y en la configuración de su calificación definitiva se tendrán en cuenta, que se tiene que superar cada Resultado de Aprendizaje, considerando los pesos que cada instrumento de evaluación tenga sobre la misma, debiendo alcanzar un mínimo de 5 puntos para cada uno de los Resultados de Aprendizaje.

Posteriormente para alcanzar la nota del trimestre se aplicará los pesos que cada RA tenga en dicha evaluación. Lo mismo se hará para obtener la calificación final.

## Comunicación y Atención al Cliente

Resultados de aprendizaje (RA)	Trimestres			Ponderación en la calificación de la evaluación			Ponderación en la calificación final
	1ºT	2ºT	3ºT	1ª Eval	2ª Eval	3ª Eval	
RA.1	x			20%			6%
RA.2	x			50%			20%
RA.3	x	x		30%	30%		12%
RA.4		x			35%		15%
RA.5		x			35%		15%
RA.6			x			65%	20%
RA.7			x			35%	12%
				100%	100%	100%	100%

Si un RA se ha desagregado en varias unidades y el docente considera oportuno hacer exámenes de cada unidad por separado, para considerar si se ha superado la unidad, se aplicarán los mismos % en relación a Actividades y Pruebas objetivas que se aplican al RA al que pertenece dicha unidad. Debiendo alcanzar un 5 de media en cada Unidad para dar por superado el mismo. El resultado de aprendizaje no se considerará superado si no se ha alcanzado un 5 en cada una de las unidades en que se divide. Finalmente, una vez superadas todas las unidades, para obtener la calificación de la evaluación se ponderará en base al peso que dicha Unidad tenga en el RA y este a su vez en el conjunto de todos los RA de la evaluación.

Cuando el alumnado que se presente a una recuperación decida entregar actividades no superadas en su momento o bien no entregadas en los plazos establecidos por el docente, penalizarán con una pérdida de valor entre un 75% y un 50% a criterio del docente.

## 8 MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

En el tratamiento didáctico de este módulo se deberán utilizar recursos materiales impresos, audiovisuales e informáticos.

Para el alumno:

- Libro de texto.
- Cuaderno de documentos.
- CD de materiales con referencias legislativas, acceso a los textos legales más importantes a que se hace referencia en el desarrollo del módulo y enlaces a páginas web de interés.

Para el profesor:

- Presentaciones en Power-Point de cada una de las unidades.
- Solucionario de las actividades del libro con sugerencias didácticas para cada unidad.
- CD generador de pruebas de evaluación.
- Secuencias de películas con fichas de explotación para trabajar los contenidos del módulo en el aula.

## Comunicación y Atención al Cliente

Otros recursos:

- El equipamiento de un aula asignada al ciclo.
- Libros especializados sobre los diferentes temas a que hace referencia el módulo.
- Equipos informáticos conectados a Internet.
- Aplicaciones informáticas de propósito general.
- Aplicaciones informáticas específicas para el módulo.
- Material de oficina (escritura, archivo, reproducción de documentos, etc.).
- Publicaciones periódicas de contenido general y de contenido especializado.

## 9 TRANSVERSALIDAD

Es imprescindible la inclusión en el currículum de una serie de saberes actualmente demandados por la sociedad y que denominamos temas transversales. Se trata de unas materias complementarias, pero no por ello poco importantes, ya que para la inclusión laboral de nuestro alumnado es imprescindible formarlos en su “integridad” en los valores que les complementan de forma importante.

Pensamos que, si aprovechamos al impartir nuestro Módulo, para educar a nuestros/as alumnos/as en una serie de valores, contribuiremos a la existencia de una sociedad mejor, más comprensiva y tolerante con los problemas sociales. Además, nos servirán para ahondar en valores que el centro educativo trabaja intensamente en todas las áreas: educación para la paz, educación medioambiental, o coeducación entre otros.

En concreto, el módulo abordará en su desarrollo:

- Educación por la igualdad entre los sexos:
  - o Se corregirá los prejuicios mediante referencias constantes a las actividades que pese a que tradicionalmente han pertenecido a los hombres ahora pueden ser desarrolladas por ambos sexos.
- Educación ambiental:
  - Observar en todas las actuaciones posibles, normas de sostenibilidad y eficiencia para cuidar el medio ambiente tanto en el ámbito doméstico como en el empresarial. Esto se concreta en la regla de las 3R.
    - Reducir el consumo de energía, de papel y consumibles de impresoras y fotocopiadoras.
    - Reutilizar el papel escrito por una sola cara, para notas manuales.
    - Reciclar todos los residuos que se generen en el aula.
- Prevención de riesgos laborales:
  - Este es un tema especialmente importante, el alumnado deberá comprender la importancia de la adopción de unas medidas de higiene y de prevención de riesgos y sus consecuencias positivas en la calidad de vida laboral y cotidiana.
  - Se vigilará que la ergonomía que se desarrolla en el aula sea adecuada de cara a su futura inserción laboral.

## Comunicación y Atención al Cliente

### - Educación en la cultura y la realidad andaluza:

- Conocer el tejido empresarial y productivo andaluz, trabajando con casos en los que se seleccionen empresas andaluzas, búsqueda de información preferentemente referenciada a la cultura empresarial y emprendedora de Andalucía.

### **Estrategias para la mejora de la lectura y de la expresión escrita:**

Las herramientas que se utilizarán entre otras serán las siguientes:

- La lectura de prensa especializada será un recurso más para motivar y dar más valor actual a determinados contenidos de algunas unidades.
- La propuesta de lectura y respuesta, a determinados textos relacionados con cada unidad.
- Realización de pruebas escritas a partir de textos propuestos donde se mida la comprensión del texto y la expresión del alumnado.
- Realización de trabajos y documentos diversos para medir la capacidad de expresión y comunicación de ideas propias.

## **10 ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES**

A nivel de Departamento se presentan en un documento anexo si las hubiera.

**ANEXOS: MODELOS DE RÚBRICAS PARA EVALUACIÓN DE DISTINTAS ACTIVIDADES (modificables a criterio del profesorado).**

<b>RÚBRICA PARA EVALUAR EXPOSICIÓN ORAL DE LOS TEMAS</b>					
<b>ASPECTOS A EVALUAR</b>	<b>DETALLES A TENER EN CUENTA</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>			
		<b>10-9</b>	<b>8-7</b>	<b>6-5</b>	<b>&lt;5</b>
<b>PREPARACIÓN TEMA: ESQUEMA Y RESUMEN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jerarquiza bien preguntas, apartados y subapartados</li> <li>- Estética, presentación y distribución en el folio, márgenes</li> <li>- Resumen de contenidos, sintetiza y jerarquiza</li> </ul>				
<b>SALUDO Y PRESENTACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se presenta, saluda y da información a modo de sumario-introducción sobre el tema que expondrá</li> </ul>				
<b>DOMINIO DEL TEMA Y DESARROLLO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Domina muy bien el tema, seguridad en lo que dice.</li> <li>- Lo expone con orden y claridad.</li> <li>- Utiliza los apuntes sólo como guía puntual.</li> </ul>				
<b>APOYOS DIDÁCTICOS Y TICS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Excelente utilización de las TICS para la exposición.</li> <li>- Demuestra dedicación y creatividad</li> </ul>				
<b>GENERA ENTUSIASMO E INTERÉS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Amenidad, dinamismo, sonrisa, expresión facial, ojos, simpatía.</li> <li>- Utiliza ejemplos o anécdotas interesantes.</li> <li>- Consigue captar la atención y le siguen con interés.</li> </ul>				
<b>VOCABULARIO Y LÉXICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utiliza vocabulario amplio y no repite palabras.</li> <li>- Adecuación a la audiencia del léxico empleado.</li> <li>- No usa jergas, expresiones impropias ni muletillas.</li> </ul>				
<b>SEGURIDAD Y AUTOCONTROL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No hay silencios, no titubea, no pierde el hilo.</li> <li>- Controla respiración, nerviosismo, transmite naturalidad, no pierde la compostura ante errores</li> </ul>				
<b>PRONUNCIACIÓN Y VOZ: VOLUMEN, VELOCIDAD, ENTONACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vocaliza de manera que es fácil entenderle. No fuerza ni exagera. Naturalidad. Serenidad.</li> <li>- Habla alto y se le escucha con claridad</li> <li>- Voz clara, entonación adecuada, matizada, seduce</li> </ul>				

## Comunicación y Atención al Cliente

<b>GESTOS, POSTURA Y LENGUAJE CORPORAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mantiene el contacto visual permanentemente.</li> <li>- Uso de las manos y posición de las piernas.</li> <li>- Movimiento por el aula y posición corporal</li> <li>- Sincronización de voz y movimientos corporales.</li> </ul>				
<b>CONCLUSIÓN, DESPEDIDA Y ADECUACIÓN DEL TIEMPO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realiza una breve conclusión.</li> <li>- Introduce algún elemento de despedida</li> <li>- Dedicar el tiempo adecuado conforma al contenido que expone. Ni muy breve ni excesivamente largo.</li> </ul>				
<b>OBSERVACIONES.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-</li> <li>-</li> <li>-</li> </ul>				
	<b>PUNTUACIÓN FINAL OBTENIDA</b>				

<b>RÚBRICA PARA TRABAJOS ESCRITOS (PARA EXPOSICIÓN ORAL)</b>				
<b>Indicadores</b>	<b>Escala puntuación a aplicar</b>			
	10-9	8-7	6-5	<5
1. Formato. Utilizó fuente Arial o Times New Roman, tamaño 12 para texto normal y tamaño 14 en los títulos, con mayúsculas en negrita. Utilizó interlineado de 1,5 líneas y espaciado de 12 puntos entre párrafos. Estética uniforme. Monocromático. Doble cara. Justificado.				
2. Portada. Incluye título del trabajo, nombre del alumno y profesor. Fecha de entrega. Módulo. Nombre del ciclo formativo e INSTITUTO.				
3. Índice (automático usando el menú Referencias-Tabla de contenido, tabulación rellena justificada a la derecha con nº de página).				
4. Esquema (maxi 2 páginas).				
5. Encabezados con módulo, título del trabajo, nombre del profesor y pie de página con numeración.				
6. Respetó la extensión solicitada.				
7. El resumen incluye las ideas esenciales del tema. El resumen es claro y breve, evita lo superfluo. Responde a las cuestiones planteadas correctamente.				
8. El resumen mantiene un orden y congruencia en la exposición de ideas y argumentos.				
9. El resumen es original (denota que fue escrito por el estudiante)				
10. Uso de reglas ortográficas, acentuación, signos de puntuación y concordancia (entre el sustantivo y adjetivo que consiste en la igualdad del género y el número de ambos. Concordancia entre el verbo de una oración y el sustantivo, en este caso la igualdad debe ser de número y persona).				

<b>RÚBRICA PARA EVALUAR LAS ACTIVIDADES, SUPUESTOS PRÁCTICOS Y PARTICIPACIÓN EN CLASE</b>					
<b>ASPECTOS A EVALUAR</b>	<b>DETALLES A TENER EN CUENTA</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>			
		<b>10-9</b>	<b>8-7</b>	<b>6-5</b>	<b>&lt;5</b>
<b>ACTIVIDADES REALIZADAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Las hace dentro del plazo previsto.</li> <li>- Están todos los ejercicios realizados.</li> <li>- No hay errores en su ejecución.</li> <li>- Adecuada presentación.</li> <li>- Es autor de sus ejercicios. No los copia ni modifica los de otros</li> </ul>				
<b>SUPUESTOS PRÁCTICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se entregan dentro del plazo previsto.</li> <li>- Han sido corregidos correctamente antes de su entrega.</li> <li>- No han sido copiados ni modificados a partir del trabajo de otros alumnos.</li> <li>- Se realizan con el ordenador.</li> <li>- Contenido, limpieza, presentación, distribución, redacción, formato, portada, índice.</li> </ul>				
<b>PARTICIPACIÓN EN CLASE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Está atento y muestra interés.</li> <li>- Aporta ideas y puntos de vista propios, tiene iniciativa.</li> <li>- Está dispuesto siempre a ayudar a los demás.</li> <li>- Tiene hechas siempre las tareas solicitadas.</li> <li>- Es capaz de darle enfoques positivos a los asuntos y soluciones creativas.</li> <li>- Sabe trabajar en grupo y es colaborador.</li> <li>- Respeta a los compañeros y profesor, asume su responsabilidad</li> </ul>				
<b>OBSERVACIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-</li> <li>-</li> <li>-</li> </ul>				
<b>PUNTUACIÓN FINAL OBTENIDA</b>					